



Communiqué de presse  
Paris, le 8 octobre 2024

## **La Banque Postale annonce la victoire de l'IArtiste Shaun.ai à son concours Instagram pour promouvoir les services bancaires et extra-bancaires à destination des jeunes**

### **et lance sa première campagne publicitaire Fake Out Of Home (FOOH)**

La Banque Postale poursuit son dispositif de communication inédit lancé fin juin auprès des jeunes avec le lancement d'un Fake Out Of Home (FOOH), nouveau dispositif viral. Conçue par l'IArtiste Shaun.ai et en partenariat avec l'agence Mozoo, pour mettre en avant les talents artistiques de créateurs utilisant l'IA, cette campagne a permis à Shaun.ai de se distinguer en remportant le concours créatif grâce aux votes du public et de travailler sur ce FOOH innovant.

#### **Retour sur le concours digital : une synergie entre art et technologie**

Du 27 juin au 10 juillet, La Banque Postale a invité ses abonnés à voter pour leur œuvre favorite parmi celles réalisées par six « I.Artistes ». Ces créations, présentées sur le compte Instagram de la banque, reflétaient l'interprétation personnelle de chaque artiste, des principaux avantages de la Formule de Compte dédiée aux jeunes de 18-29 ans permettant de simplifier leur quotidien et visant à les aider à développer leur plein potentiel.

Après une compétition et la mobilisation du public, Shaun.ai a été désigné vainqueur du concours, lui ouvrant ainsi la voie à une collaboration exclusive avec La Banque Postale.



#### **Lancement du FOOH**

Lauréat du concours, Shaun.ai a eu l'opportunité de concevoir un FOOH, format star des réseaux sociaux permettant une imagination sans limite, inspiré de sa création initiale. [En utilisant le siège social de La Banque Postale, le FOOH illustre l'engagement de la Banque à accompagner les jeunes](#), quel que soit leur talent pour construire leur avenir : « *J'ai trouvé l'initiative de La Banque Postale très intéressante et dans l'air du temps. C'est super qu'une banque saute le pas avec ce genre de technologie qui, je suis sûr, a permis de faire ressortir des concepts sympas et innovants qu'on n'aurait pas vu avec les procédés traditionnels.* » **déclare Shaun.**

Afin de donner une visibilité maximale à la seconde partie de la campagne "l.Artistes Challenge", La Banque Postale a mis en place un dispositif en collaboration avec des influenceurs sur Instagram et TikTok : La Perle Ocre, Terry LTAM et Raphael\_\_ft. Ces créateurs de contenu ont partagé la campagne et le FOOH, encourageant ainsi leurs communautés à découvrir les solutions bancaires proposées par la Banque. Ce soutien stratégique a permis d'amplifier la portée de la campagne, la rendant incontournable sur les réseaux sociaux.

La 1<sup>re</sup> phase de la campagne a par ailleurs généré des résultats très positifs, témoignant de son impact significatif auprès de sa cible. Composée de 69 publications, influence comprise, l'opération a atteint une audience conséquente avec plus de 25,1 millions d'impressions et engendré plus de 94 000 interactions positives.

Ce volume élevé de visibilité souligne l'efficacité de la stratégie déployée, en particulier grâce à l'utilisation des influenceurs qui a permis de comptabiliser plus de 51 millions d'impressions et un bel engagement du public à hauteur de 46 000 interactions. Ces performances témoignent de l'efficacité de la stratégie adoptée, renforçant la position de La Banque Postale en tant qu'acteur à la pointe de l'innovation, capable de s'adresser efficacement aux nouvelles générations et de répondre à leurs attentes.

### **Un engagement continu pour les jeunes**

Avec cette seconde phase, La Banque Postale réaffirme sa volonté d'accompagner les jeunes dans leur développement personnel et professionnel. En alliant créativité artistique et innovation technologique, cette campagne incarne l'ambition de la banque de rester à l'avant-garde des tendances et de répondre aux usages des nouvelles générations.

*« Cette campagne basée sur l'utilisation de l'IA par des artistes et ayant permis de faire émerger un talent prometteur est une bonne illustration de la manière dont La Banque Postale met l'innovation au service de ses jeunes clients à travers des offres inédites répondant à leurs besoins et permettant de propulser leur avenir comme le rappel aussi le FOOH développé avec notre gagnant et diffusé dans cette phase 2 du dispositif »* précise

**Thomas Salviejo, directeur de la marque et des médias de La Banque Postale.**

### **A propos de La Banque Postale**

La Banque Postale forme, avec ses filiales dont CNP Assurances, un grand groupe international de bancassurance, 11<sup>ème</sup> de la zone euro par la taille du bilan. Son modèle d'affaires diversifié lui permet d'accompagner en France 20 millions de clients particuliers, entreprises et acteurs du secteur public local, avec une gamme complète accessible à tous. Filiale du groupe La Poste, La Banque Postale est une banque de proximité, présente sur tout le territoire avec 17 700 points de contacts dont 7 000 bureaux de poste. Avec son plan stratégique « La Banque Postale 2030 », elle se fixe l'ambition de devenir la banque préférée des Français, avec une offre intégrée et omnicanal de services de bancassurance articulée autour de ses trois marques : La Banque Postale, sa banque au quotidien, Ma French Bank, sa banque 100% mobile et Louvre Banque Privée, sa banque patrimoniale.

La Banque Postale accélère sa stratégie de diversification et développe ses métiers d'expertise, notamment dans la gestion d'actifs, l'assurance, le crédit à la consommation et la banque de financement et d'investissement. Forte de son identité citoyenne, La Banque Postale œuvre pour une transition juste en intégrant au cœur de sa gouvernance des objectifs en matière d'impact environnemental et social. Entreprise à mission depuis mars 2022 et leader de la finance à impact, La Banque Postale ambitionne d'atteindre zéro émission nette dès 2040. Elle figure aux 1<sup>ers</sup> rangs des agences de notation extra-financière.

### **Contacts presse :**

La Banque Postale : Stéphanie Noel – stephanie.noel@laposte.fr – 06 38 27 32 91

Mozoo : Benjamin Berge - benjamin.berge@mozoo.com - 06 19 02 44 04